



MINISTERUL DEZVOLTĂRII ECONOMICE
ȘI DIGITALIZĂRII AL REPUBLICII MOLDOVA

 **ODA** ORGANIZAȚIA
PENTRU DEZVOLTAREA
ANTREPRENORIALULUI

Modulul: MANAGEMENTUL STRATEGIC ȘI ELABORAREA STRATEGIILOR DE DEZVOLTARE A COMPANIEI

**Formator: Olga Colesnicova
(16 ore academice)**



Conținutul Modulului

1. Managementul strategic: concept, rol, obiective
2. Componente ale managementului strategic
 - 2.1 Analiza mediului –
 - 2.2. Determinarea cursului de acțiune –.
 - 2.3. Planificare strategică
 - 2.4. Implementarea strategiei –
3. Monitorizarea implementării strategiei
4. Tipuri și rolul monitorizării;
5. Monitorizarea punerii în aplicare a planului strategic;
6. Procesul ciclic de monitorizare a punerii în aplicare a strategiei.
7. Strategizarea:
 - a. Un proces continuu de identificare, analiză și rezolvare a problemelor strategice;
 - b. Analize strategice și de situație periodice;
 - c. Evaluarea poziționării strategice și revizuirea strategiei: ajustarea planului strategic, actualizarea strategiei actuale, dezvoltarea unei noi strategii.



Ce așteptări aveți de la training?



Ce reprezintă managementul strategic?

Managementul strategic este un set de decizii și activități de afaceri care vizează atingerea obiectivelor de afaceri pe termen lung ale companiei.





Ce este Managementul Strategic?

Managementul Strategic vizează gestionarea unui ansamblu de procese destinate modificării deliberate a activităților operaționale, derulate în baza unui ciclu periodic de tip PDCA (Plan, Do, Check, Act), adică Planifică, Execută, Verifică, Adaptează.

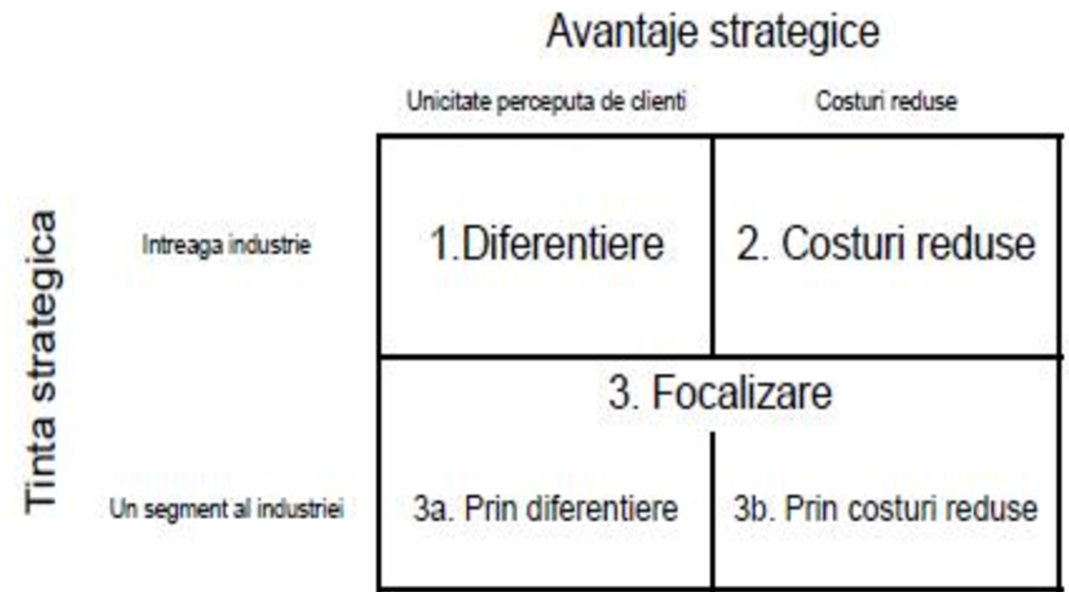


Fig. 1 Matricea strategiilor generice



Importanța planificării strategice

- analiza categoriei industriale și a posibilităților acesteia;
- analizarea tendințelor pieței;
- analiza concurenței;
- cercetarea clienților și analizarea dorințelor și nevoilor acestora;
- idei pentru produse și servicii noi;
- intrarea pe noi piețe.





Destinația strategică

”Destinația Strategică sintetizează imaginea elementelor definitorii ale organizației la nivelul orizontului strategic.”

”Cum va arăta organizația noastră peste 3 ani, cum va funcționa și care va fi performanța sa economică?”





Principalele componente ale managementului strategic

Analiza mediului – Presupune cercetarea mediului intern și extern al companiei. Deciziile se iau pe baza rezultatelor obținute.

Determinarea cursului de acțiune – Aceasta se referă la luarea deciziilor cu privire la activitățile companiei în perioada următoare. În această parte se iau decizii legate de lansarea de noi produse, deschiderea de noi piețe etc.

Planificare strategică – Se referă la definirea obiectivelor pe care compania dorește să le atingă.

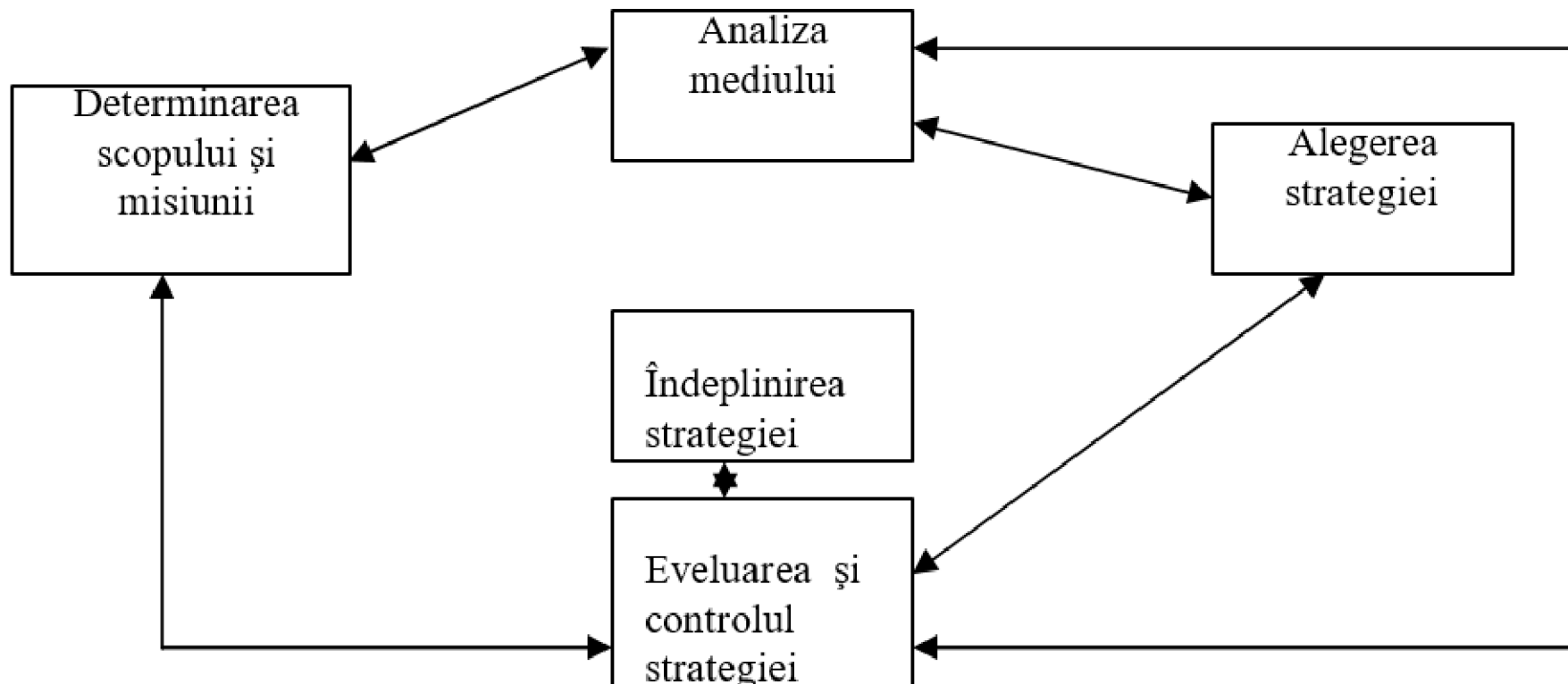
Implementarea strategiei – Implică faptul că acțiunile planificate sunt implementate în conformitate cu strategia planificată.



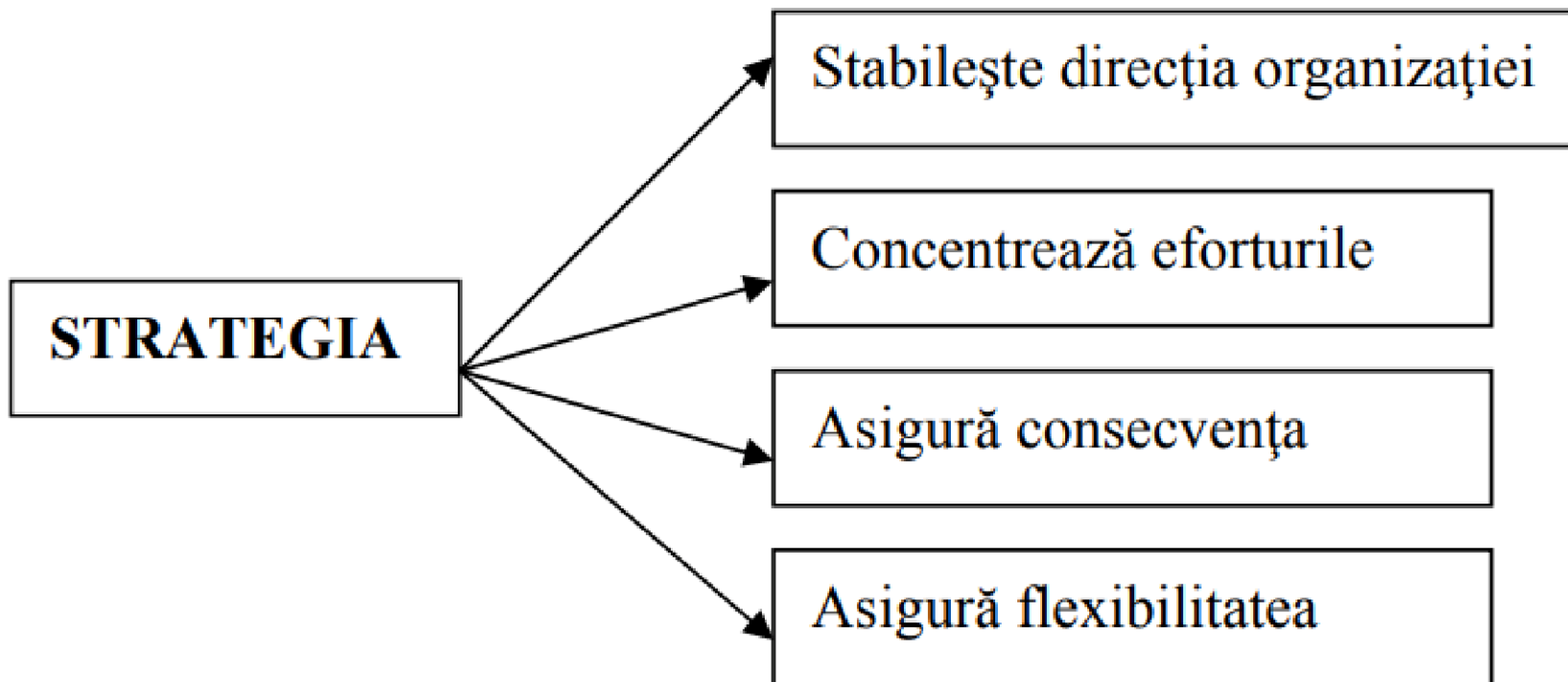
Factori pentru creșterea businessului

- Viziune de lungă durată
- Obiective clare
- Resurse disponibile
- Avantaj competitiv față de concurenți
- Business-Procese dezvoltate
- Structură organizatorică bine definită
- Echipă motivată

Structura conducerii strategice



Importanța strategiei



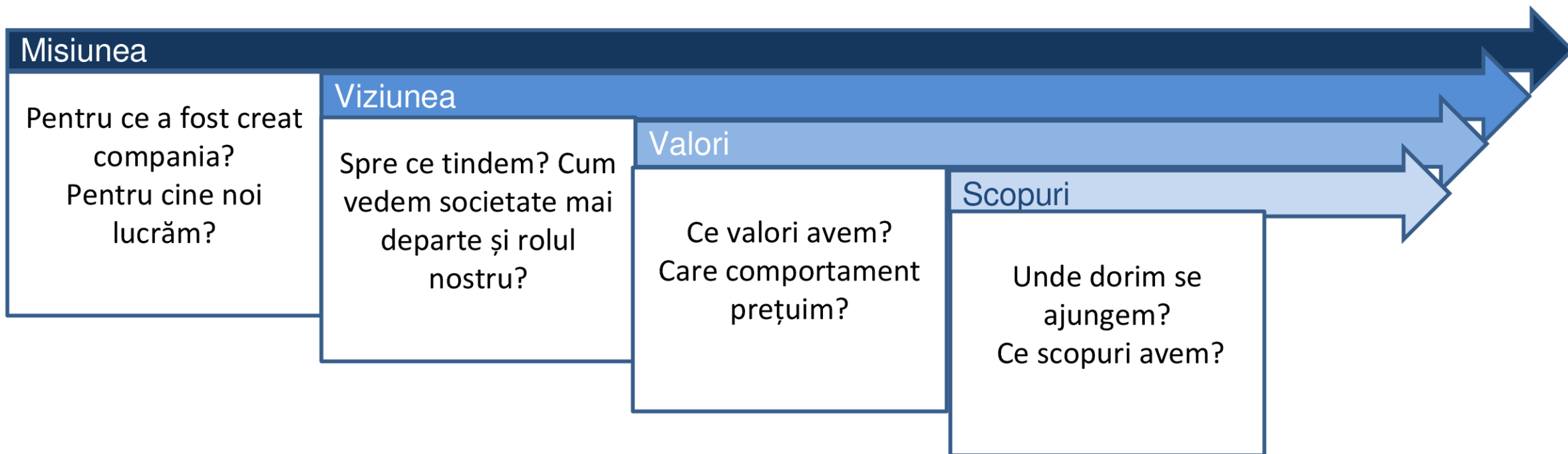


Formularea strategiei





Componentele strategiei





Exercițiu

Ce misiune, viziune, valori și scopuri are compania Dvs





METODELE DE ANALIZĂ A MEDIULUI ÎNȚREPRINDERII

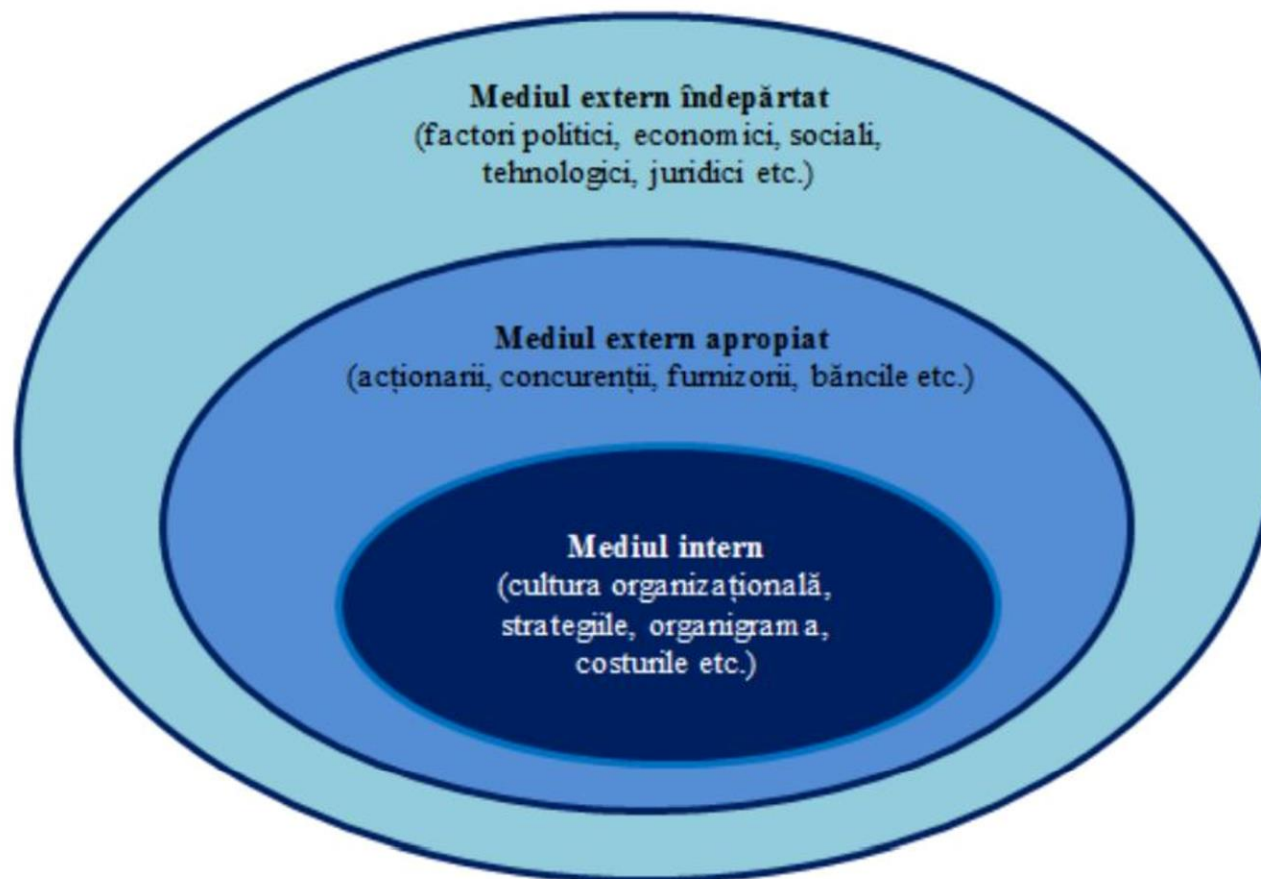
Pentru o întreprindere reprezintă un avantaj deosebit un nivel ridicat de informații precum și cunoașterea permanentă a stării și evoluției mediului exterior și interior.

Mediul întreprinderii include mediul intern și mediul extern care la rândul lui include factori de acțiune directă și factori de acțiune indirectă.



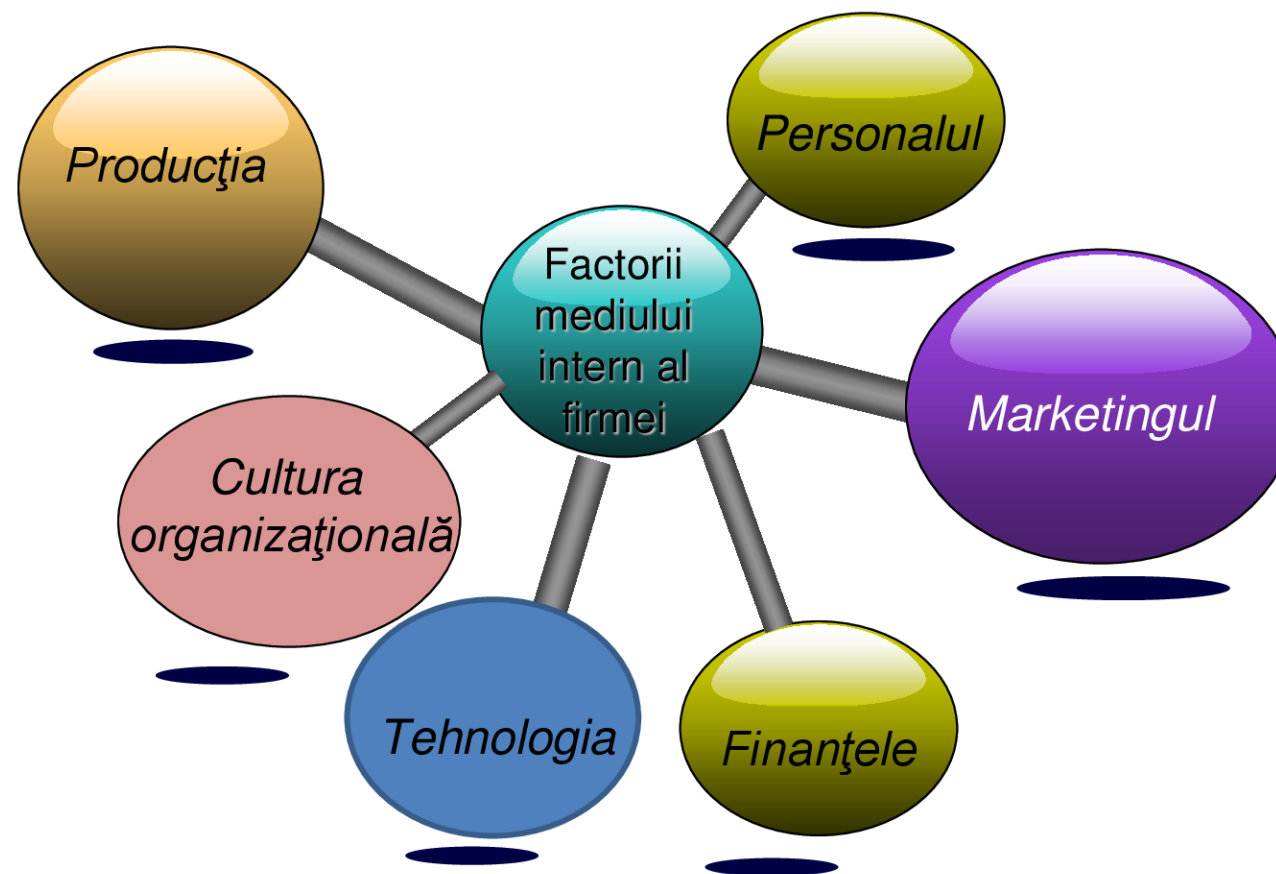


Analiza mediului



MEDIUL INTERN AL ÎNTREPRINDERII

Mediul intern al întreprinderii cuprinde elementele care se găsesc în interiorul activității și care reprezintă diferite domenii funcționale





Exercițiu

Elaborarea lista factorii al mediului intern a companiei Dvs





MEDIUL EXTERN AL ÎNTREPRINDERII

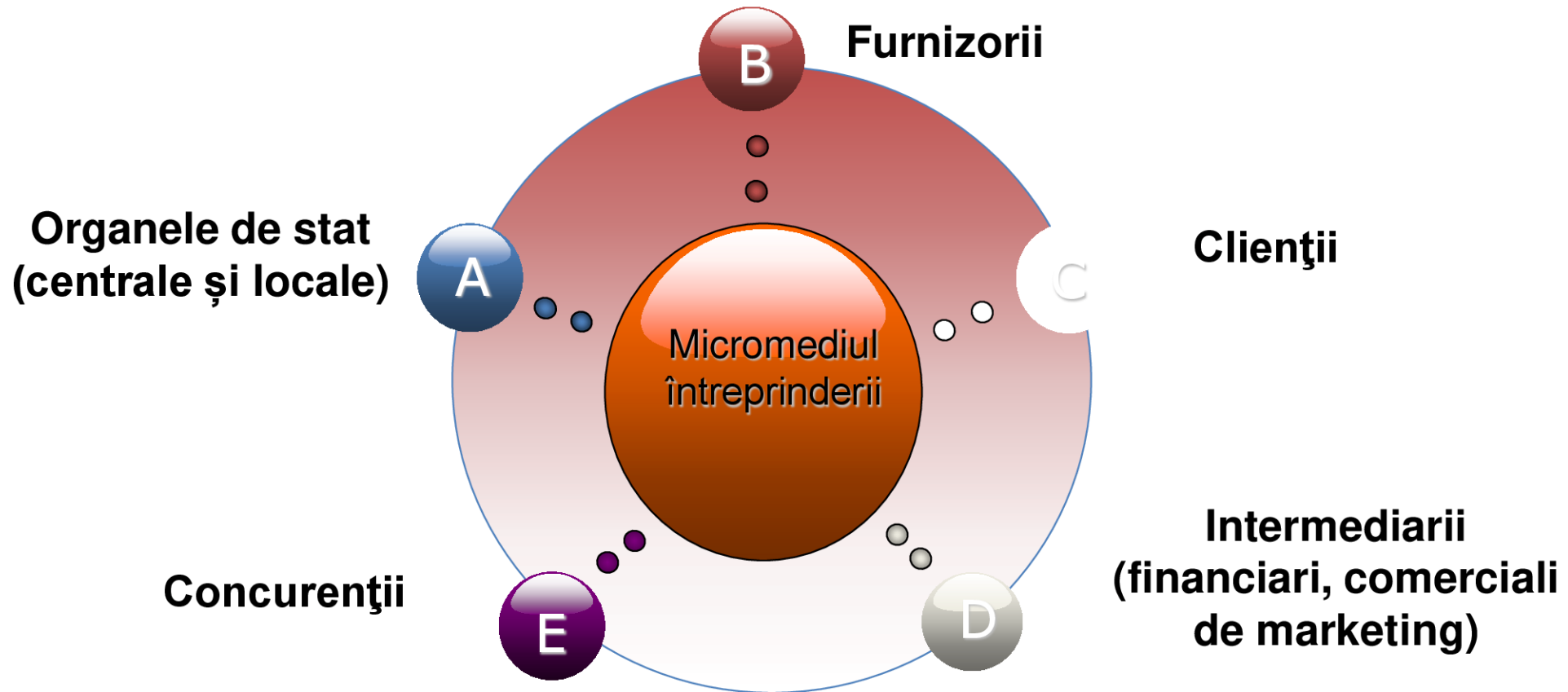
Mediul extern al întreprinderii reprezintă ansamblul factorilor externi care au o influență directă și (sau) indirectă asupra activității firmei.

Factorii care au o influență directă asupra activității întreprinderii formează micromediul întreprinderii.

Factorii cu o influență indirectă asupra activității întreprinderii formează macromediul întreprinderii.



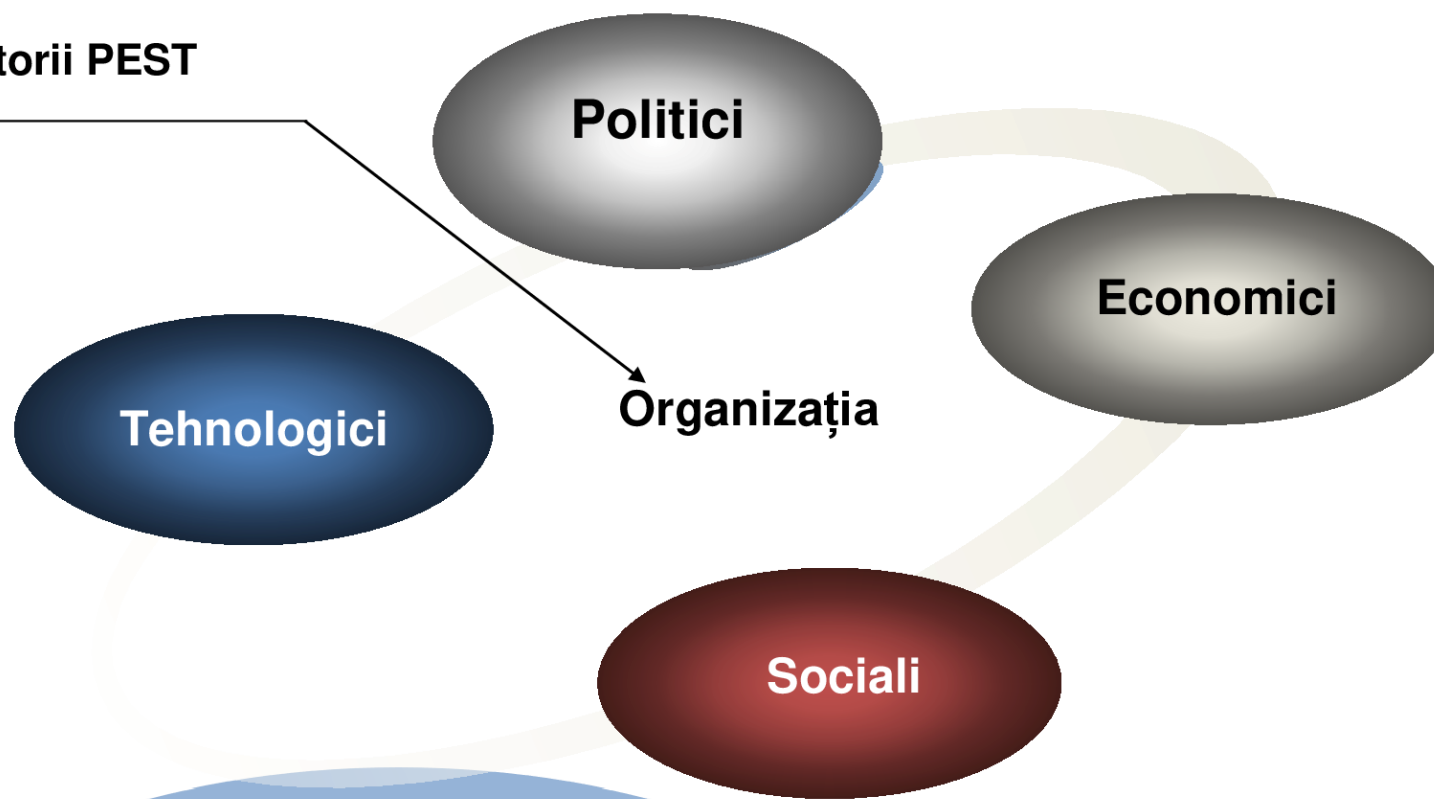
FACTORI DE INFLUENȚĂ DIRECTĂ





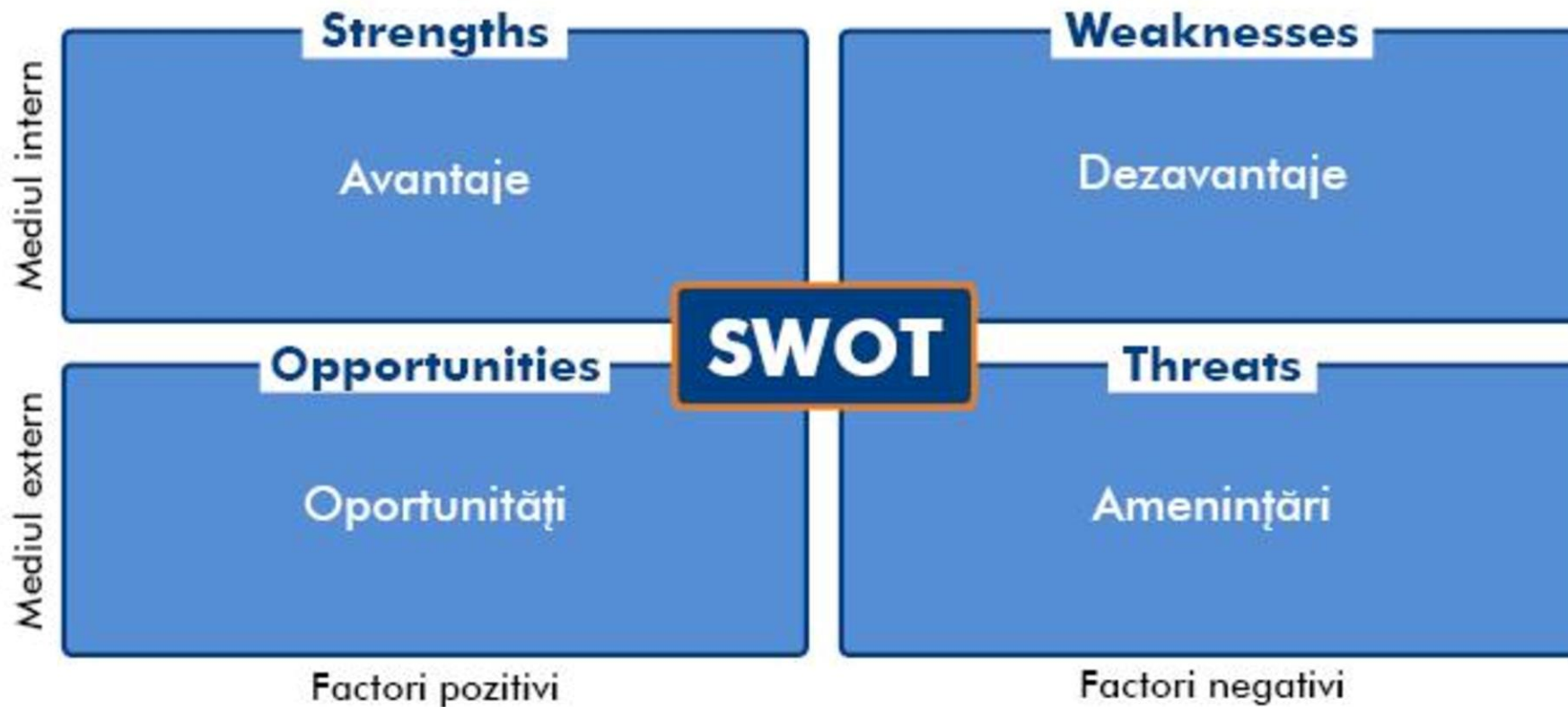
FACTORI DE INFLUENȚĂ INDIRECTĂ

Factorii PEST





Analiza SWOT





Analiza PEST

Este un instrument strategic utilizat de organizații pentru a identifica aspectele politice, sociale, economice și tehnologice care ar avea un impact asupra unei afaceri. Ajută la înțelegerea impactului factorilor externi asupra afacerii.

Politic	Economic
[Descrie cel mai important factor politic aici]	[Descrie cel mai important factor economic aici]
[Factorul politic 1] [Factorul politic 2] [Factorul politic 3]	[Factor Economic 1] [Factor Economic 2] [Factor Economic 3]

Analiza PEST

Social / Culturale	Tehnologic
[Descrie cel mai important factor socio-cultural aici]	[Descrie cel mai important factor tehnologic aici]
[Social / Factor cultural 1] [Social / Factor cultural 2] [Social / Factor cultural 3]	[tehnologică Factorul 1] [Factor tehnologic 2] [Factor tehnologic 3]

Create your own at Storyboard That



Exercițiu

Elaborați analiza SWOT și PEST companiei Dvs





Nivele de gestiune strategică

strategic 3-7 ani

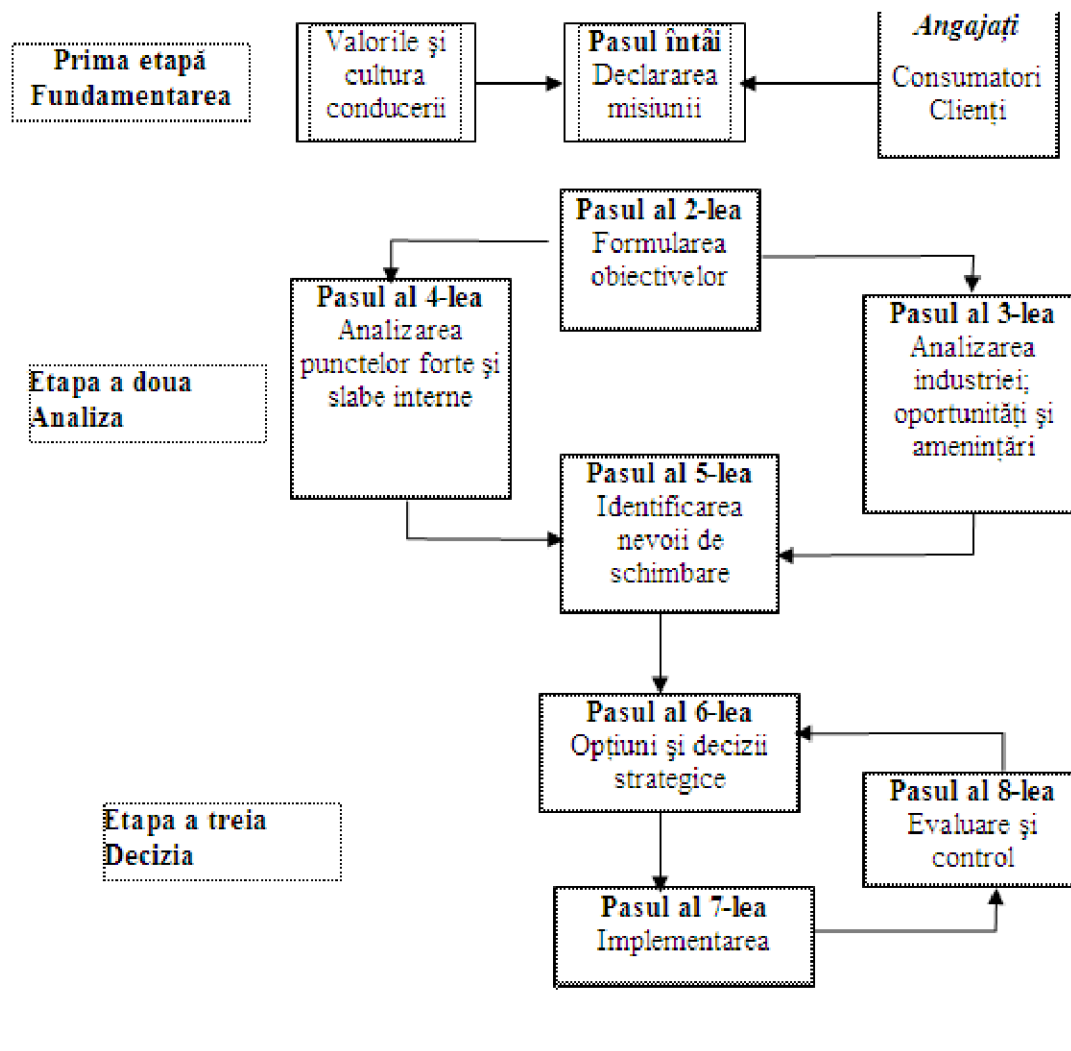
- schimbări care asigură dezvoltarea

tactic 1 an

- coordonarea acțiunilor, distribuirea resurselor

operativ 1 zi – 1 lună

- gestiunea operațiunilor și tranzacțiilor



Procesul planificării strategice



Monitorizarea implementării strategiei

Acest proces continuă să analizeze datele prin care să colecteze și să-și facă factorii de decizie, să reglementeze progresul strategiei în conformitate cu obiectivele și planificarea.





Monitorizare & Evaluare

Monitorizare	Evaluare
Definește obiectivele programului	Analizează de ce rezultatele scontate au fost sau nu atinse
Face legătură dintre activități și resursele necesare cu obiectivele stabilite	Evaluează contribuția activităților specifice asupra rezultatelor
Transpune obiectivele în indicatori de performanță și stabilește ținte	Examinează procesul de implementare
Colectarea datelor despre acești indicatori, compararea rezultatelor reale cu țintele stabilite	Analizează rezultatele neplanificate
Raportare privind progresul înregistrat și notificarea acestora în cazul identificării problemelor	Oferă propuneri și recomandări



Modul de evaluare

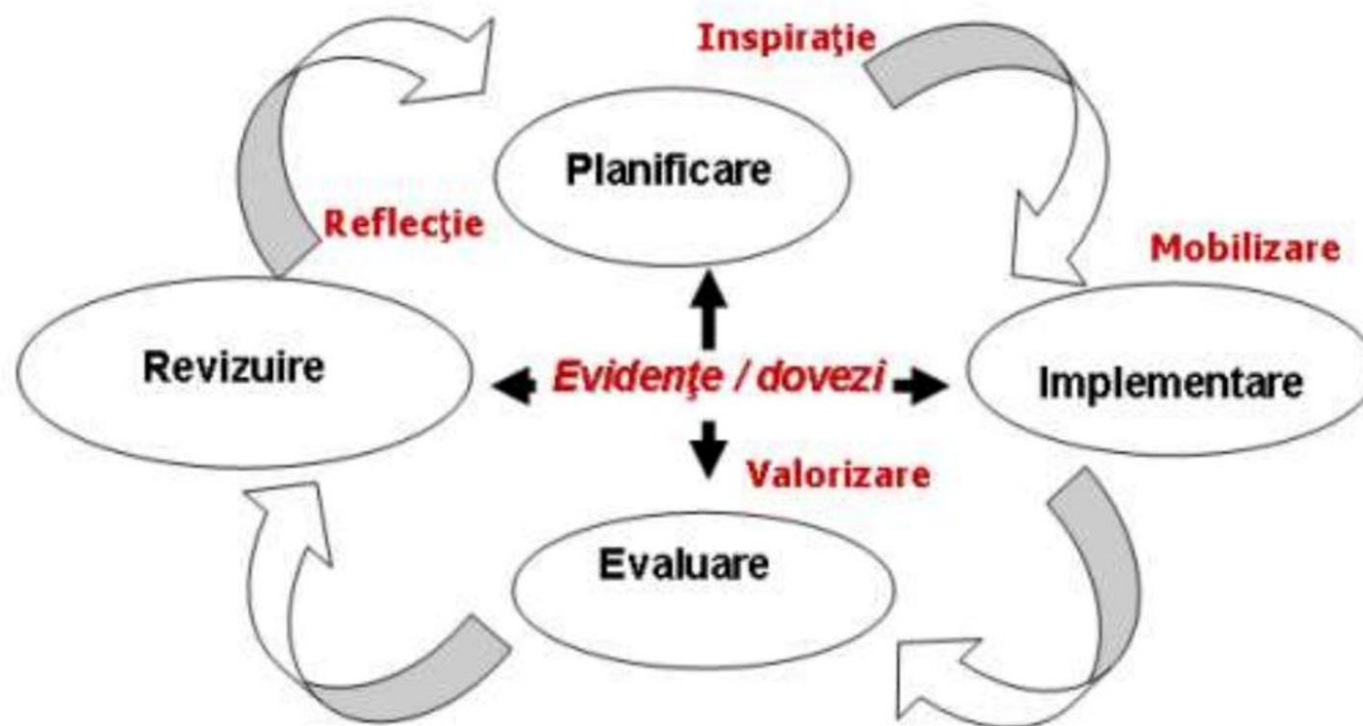
Evaluarea internă

Evaluarea mixtă

Evaluarea externă



Procesul ciclic de monitorizare a punerii în aplicare a strategiei





Exercițiu

Elaborați strategia de extindere pe o piață nouă pentru întreprinderea Dvs





MINISTERUL DEZVOLTĂRII ECONOMICE
ȘI DIGITALIZĂRII AL REPUBLICII MOLDOVA



Mulțumim

ODA contacts

bd. Ștefan cel Mare și Sfânt,
nr. 134, et. 3, mun. Chișinău

Tel: /+ 373 22/ 29 57 41

<https://www.facebook.com/oda.moldova>

E-mail: info@oda.md

Web page: www.oda.md